

Inhaltsverzeichnis

Impressum	4
Vorwort	13
EINFÜHRUNG	17
1 Der Planungsprozess	19
1.1 Anlass und Aufgabenstellung	20
1.2 Vorgehensweise	23
1.3 Betrachtungsraum	26
Der Hintergrund: STADTBILDANALYSE	29
2 Städtebauliche Entwicklung	31
2.1 Historische Raumstruktur	32
Die Anfänge der Stadtentwicklung	32
Die Zeit der Industrialisierung	34
Der Zweite Weltkrieg	34
2.2 Analyse der Stadtentwicklung seit 1945	36

2.3	Historischer Stadtbildvergleich – Brüche und Kontinuitäten im Stadtbild	42
3	Analyse des heutigen Erscheinungsbildes	49
3.1	Typologische Betrachtung (Gebäudetypologie)	50
	Gründerzeitliche Gebäude	54
	(1850 – 1918)	54
	Gebäude aus der Zeit der Großstadtwerdung (1920er und 1930er Jahre)	56
	Gebäude der Nachkriegsmoderne (1950er und 1960er Jahre)	58
	Das Kauf-/Warenhaus in verschiedenen Bauepochen	62
3.2	Städtebaulicher Kontext	64
	Ensemblestrukturen	68
	Höhenentwicklung	70
3.3	Dachgestaltung	72
3.4	Fassadengestaltung	74
	Fassadenaufbau/-typus	74
	Fassadenöffnungen	76
	Fassadenmaterial	80
	Fassadenfarbigkeit	82
	Fassadenanbauten	84
	Werbung	90
3.5	Sondernutzungen im öffentlichen Raum	96
	Mobile Werbeträger	96
	Außengastronomie	96
	Warenauslagen	98
3.6	Fazit	100

Das Ziel: GESTALTUNGSLEITLINIEN	103
4 Grundlegende Zielsetzung und Geltungsbereich	105
4.1 Räumlicher Geltungsbereich	106
4.2 Sachlicher Geltungsbereich	106
4.3 Gestaltungszonen	108
4.4 Ausnahmen und Abweichungen	110
5 Städtebauliche Gestaltung	112
5.1 Raumbildung, Baufluchten, Gebäudestellung und -orientierung	112
5.2 Maßstäblichkeit	114
5.3 Rücksichtnahme	116
5.4 Sichtachsen	118
5.5 Ensembles	120
5.6 Höhenentwicklung	122
6 Dachgestaltung	128
6.1 Dachform	128
6.2 Dacheindeckung	130
6.3 Dachaufbauten	132
7 Fassadengestaltung	134
7.1 Fassadenaufbau/-typus	134

7.2	Fassadenmaterial	138
7.3	Fassadenfarbigkeit	144
7.4	Fassadenöffnungen	150
7.5	Fassadenanbauten	158
8	Werbung	166
8.1	Werbung an denkmalgeschützten Gebäuden	170
8.2	Werbeanlagen an großmaßstäblichen Geschäftsbauten	171
8.3	Flachwerbeanlagen	172
8.4	Werbeausleger	178
8.5	Hinweis- und Namensschilder, Schaukästen	180
8.6	Beklebung	182
8.7	Besondere Werbeanlagen	184
9	Sondernutzungen im öffentlichen Raum	186
9.1	Mobile Werbeträger	190
9.2	Außengastronomie	192
9.3	Warenauslagen	200
10	Beispielhafte Anwendung der Gestaltungsleitlinien – BO kann mehr!	205
	Das rechtliche Instrument: GESTALTUNGSSATZUNG	215
11	Gestaltungssatzung für die Innenstadt Bochum	217

Das Konkrete: PRAXISHINWEISE	235
12 Beratung zum Gestaltungshandbuch und allgemeine Informationen	236
12.1 Allgemeines zur Modernisierung und Sanierung	238
12.2 Beratung zu Bauanträgen	240
12.3 Beratung und Pflichten zu genehmigungsfreien Vorhaben	244
12.4 Allgemeines zu Denkmalangelegenheiten	246
12.5 Allgemeines zum Gestaltungsbeirat	248
12.6 Beratung zu Sondernutzungserlaubnissen	250
12.7 Beratung zu Gestattungsverträgen	252
12.8 Fördermöglichkeiten durch Kommune, Land, Bund u.a.	254
Quellen- und Abbildungsverzeichnis	257
Quellenverzeichnis	258
Abbildungsverzeichnis	260